



车展惊喜不断 精彩仍在继续

首发车、豪华车、新能源车……4月25日起,第十一届北京国际汽车展览会正式向公众开放,据组委会统计,25日当天就有8.6万观众持票进入展馆参观,比上一届增加了近20%,创造历年车展首日的最高纪录。即日起至5月2日,我市汽车爱好者可前往北京天竺中国国际展览中心新馆观展。

由于今年“黄牛”踊跃,数量大幅超过往年,组委会提醒广大市民,不要从票贩子手上购买车展门票,以防上当受骗。绿城汽车爱好者可以登录车展官方网站,通过网络订票、自助打印参观证件,直接入场,票价50元。

组委会温馨提示,基于公共安全考虑,当人流过多时,将对E4、W4和E5等豪华车集中的展馆进行人流限制,建议观众错峰观展,尽量避开周五、周六和周日。此外,建议市民尽量通过公交、地铁和专线车前往场馆。如果自驾,可走京承高速,并将自驾车停放在花博会停车场,花博会停车场拥有14000个停车位,可以有效缓解车位紧张的问题。



莉莉

领航高端 精准服务 电话 67655210 67655197 E-mail:zzrb5271@vip.163.com

2010北京国际汽车展览会

奏响“低碳”绿色华章

本报特派记者 张延昭 李莉 文/图

4月22日,一场春雨过后的京城天空明净、空气清新,中国国际展览中心新馆内一派“绿”意盎然,第十一届北京国际车展在此拉开帷幕。契合“畅想绿色未来”的主题,今年的车展劲吹绿色、环保、低碳风。



跨国公司启动绿色发展战略

作为车企展示研发实力和技术水平的最佳载体,新能源车一向是各大车展的“宠儿”。本届北京车展高举“畅想绿色未来”大旗,绿色新能源车自然是当仁不让的绝对主角,在数量上,这些车型占全部参展车型的近十分之一。

大众、日产、丰田、雪佛兰等跨国公司不仅展示了其新能源战略车型,也现场发布了绿色发展战略。大众汽车发布了中国电动车战略,成为大众汽车集团全球首个针对本地市场制定的电动车战略。根据这一战略,大众汽车集团将把先进的混合动力及电动车技术引入中国。不久前在欧洲上市的新款途锐混合动力车型将于2011年登陆中国,此外,大众汽车还计划将混合动力技术应用于在华生产的紧凑型及中级车型;东风雪铁龙也主打绿色牌,集中展出5台环保车型,并借车展发布“绿享未来”的环保战略。

本田社长伊东表示,为最有效地降低二氧化碳排放,将优先考虑发展普及混合动力车型,同时将燃料电池电动车作为未来发展的方向。最让消费者关注的是,这些新能源车有的即将量产,有的已上市计划提上日程,如日产全球

首款量产电动车型 LEAF(聆风)明年就将引入中国。

自主品牌发力新能源

自主品牌新能源车也赢得了观展消费者的强烈关注,在吉利、奇瑞、比亚迪、长安、海马等自主品牌展位前,涌动的观展消费者将纯电动车、油电混合动力车等自主品牌新能源车展台围得水泄不通。

吉利在收购沃尔沃后首次亮相车展,备受关注。此次吉利以超过3000平方米的展面积位居自主品牌之首,超大半环绕的3D大屏幕上突出展示了其新能源技术,6款新能源车首次整体亮相,其中5款新能源车预计都将在两年内先后上市。

长安汽车参展的主题是“长安行天下,绿色新未来”,展车大多是绿色,连工作人员的领带也是绿色;东风汽车公司展出节能环保的新能源汽车4辆,包括东风风神ISG、东风风神第二代1-car 纯电动概念车、东风风神S30BSG、东风帅客纯电动;比亚迪带来了其F3DM双模电动车、e6纯电动轿车等新能源汽车。一汽集团总经理徐建一表示,一汽将把发展节能环保汽车、开发新能源汽

车作为重要战略,充分利用一汽混合动力轿车加快新能源汽车发展步伐。

概念车、个性小车共主低碳

此次北京车展共展出65款概念车,创下国内车展新纪录,其中不少是以节能减排为目标的新能源车。

上汽在本届北京车展全球首发“E1”纯电动轿车概念车,该车应用上汽自主研发的新能源汽车电气推进动力系统技术,代表了国内先进水平;标致也首次在亚洲发布了最新的5 by Peugeot概念车,其采用了兼具高效动能与环保科技的Hybrid4混合动力技术;通用汽车此次展出的雪佛兰VOLT电动汽车已不再是概念车,而是从预装生产线上下线的第一批商品车;此外,首次亮相亚洲的BMW概念车 Vision EfficientDynamics、梅赛德斯-奔驰带来的奔驰F800 STYLE概念车也都以新能源为设计亮点。

与此同时,SMART、宝马迷你电动车、宾利城市小型车、雷诺Clio运动版等小车不仅以个性化设计吸引眼球,更通过高技术含量、低油耗、低排放竞相走低碳路线,成为车展另一个热点。

细节凸显环保主题

除了参展车型中绿色、环保的新能源车占据十分之一强外,本届北京车展在细节方面也践行了其“畅想绿色未来”的承诺。

虽然本届北京车展的展出面积、参展企业、参展车辆都创下历史新高,但从场馆搭建到使用的材料,到厂商举行的活动,再到噪音控制,无不将环保主题大加体现。

记者注意到,除了豪华车集中的场馆为了体现其品牌特性,依然奢华外,其他车企的展台搭建明显比以往简单得多,朴素得多。“我们展台搭建比往届都简单了,使用的材料也更环保了。”马自达相关负责人在展台边告诉记者。

而历届车展中最让观众头疼的噪音问题也得到了明显的控制,在组委会的要求下,参加展出的车企不但自觉地调低了新闻发布会时的背景音乐音量,在其它时间还关掉了音响。与此同时,车企宣传资料铺天盖地的状况明显好转,不少车企简化了新闻宣传等纸质材料,吉利汽车等部分企业还对新闻资料实施双面打印,以实际行动践行绿色车展的理念。

车展观察

“中国制造”羽化成蝶

在家门口作战,自主品牌“倾巢而出”,不仅以空前的规模参展,更纷纷打出“技术牌”,为“中国制造”带来了“自主创新”的全新形象。除了价值上千万的超级豪车被神秘买主当场买走,明星频频亮相,全球首发车等噱头之外,他们是当之无愧的车展明星。

无论是一口气推出六大新能源车的吉利汽车,还是突破中国汽车在造车核心技术瓶颈的奇瑞瑞麒TGD1发动机;无论是广汽推出的首款自主“传祺”轿车,还是上汽荣威创新的3G轿车,都毫不例外成为中外媒体聚焦的热点。

吉利、奇瑞、荣威、长安、比亚迪……车展上,这些热点企业有一个共同的“名片”——自主力量。可以毫不夸张地说,本次车展上,无论从参展规模、参展车型,还是从技术水平、企业实力上来看,自主品牌都堪称出色。他们不仅有做得越来越精致的小车,更有众多品质优良的中高级车型,还有着向世界看齐的先进技术,他们以事实与实力向世人证明,从新车到概念车,从传统车型到新能源车,中国势力正在抢夺人气和市场的制高点。

截至今年,北京车展已举办了11届,走过了20年的历程。20年,北京车展的规模越来越大,中国汽车工业的发展越来越迅猛,自主品牌的前进的步伐迈得越来越快。

几年前的车展上,我们在人潮中搜寻着国外车企带来的众多豪华车并啧啧赞叹,今年的车展上,更多时候,我们在自主品牌展台前,瞪大眼睛看着一辆辆新车,掩饰不住地为中国自己的民族品牌而欣喜。

今年的北京车展,当国外企业还在为今年该拿出什么“老资历”豪华车来吸引中国消费者眼球而头疼的时候,中国自主车企早已胸有成竹地列阵完毕,面对市场虎视眈眈,面对未来豪气冲天。

这一次,我们不仅看到了一个“史上最强”的北京车展,更看到了中国力量的强势崛起与完美蝶变。 李莉



明星倾情助阵

在美车云集的同时,每年车展出现的明星也是大家最关注的话题。2008年的北京车展上,成龙、章子怡、羽泉、张涵宇、王治郅曾现身其所代言的车企展台。今年车展上,天王郭富城亲临雷诺展台,为雷诺新风景亚洲首发仪式捧场;在起亚展台前,影帝刘烨为自己代言的起亚新车型CADENZA助威;喜剧明星范伟来到了吉利展台;魔术师刘谦则来到奇瑞展台台前与现场观众互动;新近加盟斯巴鲁中国拉力车队的著名车手韩寒作为特邀嘉宾出席了斯巴鲁汽车的媒体发布会。

车展花絮

车界“大佬”赶场

除了世界各大知名品牌外,一个很能反映国际化程度的,就是到场的车企高层的级别和数量了。据统计,此次来到北京的跨国车企高层中,老总级别的就有10多位。身兼日产、雷诺两大公司总裁的卡洛斯戈恩、戴姆勒-奔驰全球CEO蔡澈、兰博基尼CEO温科科尔曼、通用副总裁威尔本、大众汽车集团(中国)总裁兼首席执行官安德强……

奥迪CEO施泰德表示,中国的市场表现非常好,一季度已经是全球第一大市场,今年中国或将超过德国成为奥迪全球第一大市场;福特汽车副总裁杰·梅斯表示要多倾听中国消费者的声音;本田社长伊东孝伸首次亮相中国车展,就带来了即将国产的新车歌诗图。

世博元素“加盟”

已进入倒计时阶段的上海世博会让国人期待,“世博”元素亦成今年北京车展新亮点。作为世博会“东道主”,上海汽车的展台设计巧妙融入了“东方之冠”及英国馆“种子圣殿”的元素,上海通用则在其展区中心位置开辟世博专区,摆出世博会上汽-通用馆的模型。在这两家“沪牌”车企的展台上,来看北京车展的观众既能“抢鲜”看到即将在上海世博会上亮相的E1纯电动概念车、EN-V“轿”电动联网概念车、荣威750中混合动力轿车,还能参加世博互动活动赢取世博门票。



重磅新车闪亮登场

●东风日产 新March今年国产

日产汽车携东风日产、郑州日产在北京国际展览中心W2馆亮相,并发布了日产新March中文名称“玛驰”。据悉,这款日产入门级小车已开始接受预订,将在今年由东风日产国产,预计下半年上市,其四个级别预售价格区间在7万~10万元之间。

第一代的march车型在1982年10月于日本本土发布,并于1983年开始生产,同时引进到欧洲地区出售。目前,海外市场的March已经发展到第三代车型,截至2009年已经生产了565万台。

新一代March是日产汽车以“挚友般的亲近感”为设计理念打造的一款“智享易驾两厢车”,为个性、真我、时尚的年轻消费者提供了全新的选择,所拥有的易驾、易享、易行三大特点也为国内紧凑型轿车市场树立新的标杆。

东风日产副总经理任勇表示,国产版的March将在配置上和欧洲版以及泰国版还有许多的不同,欧洲版的配置主要以标准配置为主,但是中国版的March配置将按照国内对于小型车需求的特点,增加许多人性化的配置系统。

●郑州日产 NV200 正式导入

刚刚在日内瓦车展上发布的日产NV200商用车型高调参展,并且已经导入郑州日产国产,将于6月份正式上市。产品预计售价在20万元以内。

日产NV200是一款基于轿车平台的商用车型,以雷诺Trafic为原型车进行开发的产品,其被日产称为CDV(Car-Derived Van),即源自轿车平台的商用车型,意思就是既有轿车的舒适性,又有商用车载物能力的多功商用车。拥有双排座椅5座商用款,三排座椅7座商用款,三排座椅7座乘用车等三种车型,而车型对应的发动机为东风日产驭达上款所使用的HR16DE 1.6L汽油发动机。

●东风悦达起亚 SL 首度亮相

在东风悦达起亚联合起亚汽车共同打造的展台上,全新中高端SUV-SL揭开神秘面纱,首度与国内消费者亲密接触。时尚跨界车Soul秀尔、科技动力车Forte福瑞迪等车型也悉数亮相,尽显绰约风采。同时,现场的激情表演及妙趣横生的互动体验,全方位传达出“DESIGN KIA”这一全新的品牌理念,为消费者奉上了一场精彩纷呈的视听盛宴。

SL出自起亚首席设计师彼得·希菲尔之手,是“DESIGN KIA”的新一代旗舰力作。其震撼感官的外形、领先科技的豪华配置、强劲高效的动力系统以及出色的操控性和通过性,将开创出一种全新的都市生活方式,充分展现都市人群渴望摆脱现实束缚,追逐内心梦想的生活态度。SL计划于今年下半年在国内上市。除SL精彩亮相外,新风格都市跨界车秀尔也成为本届车展上的又一焦点。东风悦达起亚特为秀尔开辟了造型新颖别致的室外展台。在简约时尚、色彩绚丽的展台上,集精髓、气魄、热情于一身的秀尔型格登场,舞动激情。

●一汽吉林 森雅 S80 闪亮登场

中国一汽在展会举行了中国第一汽车集团北京车展新闻发布会。为实现中国一汽自主品牌发展战略的重要子项目之一,一汽吉林首次率全新经济型城市SUV——森雅S80和手自一体自动变速的佳宝V70与媒体及公众正式见面。

森雅S80是一汽吉林按照既定计划,在基于森雅平台基础上,全新开发与设计的一款经济型城市SUV,倡导都市、阳光、休闲的生活理念。森雅S80整车外观时尚硬朗,简洁富于动感,前大灯采用波纹流线型设计,尾部简洁生动,车身线条流畅、整体紧凑灵活。整车内外饰完美体现时尚、活力等元素,时尚不失成熟,运动兼具沉稳,活泼中带有儒雅,营造出具有号召力的颜色质感氛围,很好地表达了森雅品牌的设计与功用主题。内饰采用现代一体式平滑设计理念,增强直观的运动视觉效果;转向盘结合赛车设计理念采用悦动曲线造型设计进一步增强驾驶中的运动感,全面提升森雅内饰驾乘环境,与外饰造型相得益彰。动力配备消费者可选择日本原装进口发动机或一汽自主最新技术的T系列发动机,发动机最大功率75KW/6000rpm,最大扭矩140N.m/4000rpm,整机升功率高,低速扭矩大,节油性能好。

●海马骑士 精品路线势不可挡

海马汽车在车展宣布定位为行政级SUV的“海马骑士”正式上市,舒适型售价为13.68万元,填补了10万元~15万元自主高端SUV的市场空白。海马汽车负责人称,作为旗下首款进军B级市场的车型,“海马骑士”将与韩系SUV展开正面对决。

海马骑士作为海马家族目前最高端的旗舰车型,拥有大气从容、动感非凡的造型,随心而动、势不可挡的动力,精准驾驭、张弛有度的操控感受,以及人性化科技、缜密周全的安全配备,将为消费者带来“势度不凡”的驾乘体验。业内专家评论认为,坚持“精品路线”和“技术路线”的海马汽车,目前已实现了产品在性能、品质、性价比上同步国际、领先国内。海马骑士必将延续“全能家轿”新一代普力马、“高品值家轿”丘比特的持续热销,成为自主中高端SUV的领军车型。

另外,海马骑士大量运用了B级轿车的内饰设计元素,同时大尺寸导航倒车影像系统、双开后备厢式超大尺寸天窗、三幅式多功能运动方向盘等豪华装备营造出B级SUV的高级感。动力匹配自主研发的HA-VVT-2.0系列发动机,最大功率110/6000KW/rpm,最大扭矩180/4500Nom/rpm,均领先同级车型。